

**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP *SERVICE FAILURE* DAN STRATEGI  
*SERVICE RECOVERY* DALAM BISNIS PERBANKAN PADA  
PT. BANK MANDIRI TBK. CABANG PEMBANTU  
JEMBATAN MERAH SURABAYA**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH :**  
**ADHILANTO NUGROHO**  
Nomor Pokok : 049916344

**KEPADA**  
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**SURABAYA**  
**2004**

SKRIPSI



**PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP *SERVICE FAILURE* DAN STRATEGI  
*SERVICE RECOVERY* DALAM BISNIS PERBANKAN PADA PT. BANK  
MANDIRI TBK. CABANG PEMBANTU JEMBATAN MERAH SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH**

**ADHianto NUGROHO**

**Nomor Pokok: 049916344**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

DOSEN PEMBIMBING,

**Drs. SRI GUNAWAN, M.Com., DBA**

TANGGAL ..... 23 Juni 2004 .....

KETUA PROGRAM STUDI,

**Dr. AMIRUDDIN UMAR, SE.**

TANGGAL ..... 23 Juni 2004 .....

## ABSTRAKSI

Penelitian ini meneliti persepsi pelanggan terhadap *service failure* dan strategi *service recovery* dalam bisnis perbankan pada PT. Bank Mandiri Tbk cabang Jembatan Merah Surabaya. Pelanggan yang diteliti adalah pelanggan yang pernah mengalami ketidakpuasan dengan jasa PT. Bank Mandiri Tbk cabang pembantu Jembatan Merah Surabaya dan sedang berkunjung ke lokasi perusahaan tersebut.

Penelitian ini dilakukan mengingat pentingnya faktor kepuasan dan ketidakpuasan bagi perusahaan jasa. *Service failure* akan menimbulkan ketidakpuasan bagi pelanggan, sedangkan usaha *service recovery* berusaha membuat pelanggan puas kembali dengan pelayanan perusahaan. Penanganan keluhan pelanggan yang baik bisa mengubah pelanggan yang marah dan frustrasi menjadi pelanggan yang loyal. Loyalitas pelanggan ini nantinya akan berpengaruh pada peningkatan profitabilitas perusahaan (Heskett, *et al.*; 1994).

Untuk mengidentifikasi persepsi pelanggan terhadap *service failure* dan strategi *service recovery*, maka akan digunakan kategori umum yang diambil dari jurnal Lewis dan Spyropoulos (2001) yang menyatakan bahwa kategori utama penyebab *service failure* meliputi (1) Kesalahan, (2) Pelatihan dan perilaku karyawan, (3) Kegagalan fungsional atau teknis, dan (4) Tindakan atau kelalaian bank yang melanggar pengertian transaksi yang adil. Sementara kategori utama strategi *service recovery* meliputi (1) Koreksi, (2) Penjelasan, (3) Permintaan Maaf, (4) Kompensasi, dan (5) Tidak ada respon. Model analisis yang digunakan dalam penelitian juga akan mengacu pada jurnal Lewis dan Spyropoulos (2001).

Untuk menjawab rumusan masalah, pendekatan umum yang akan digunakan adalah pendekatan eksploratoris, dengan tujuan untuk membangun hipotesis. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan *insight* langsung dari pelanggan. Jenis pendekatan kualitatif yang dipilih adalah metode *Critical Incident Technique* (CIT) yang bertujuan untuk mengumpulkan dan mengkategorikan insiden dalam setiap kontak yang terjadi antara pelanggan dengan perusahaan jasa (*service encounter*). Jenis sampel yang digunakan adalah *convenience samples* sebanyak 48 responden.

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi, diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. *Service failure* yang terjadi di PT. Bank Mandiri Tbk cabang pembantu Jembatan Merah Surabaya kemungkinan disebabkan oleh faktor Kegagalan Fungsional atau Teknis, Kesalahan, serta Pelatihan dan Perilaku Karyawan.
2. Strategi *service recovery* yang diterapkan di PT. Bank Mandiri Tbk cabang pembantu Jembatan Merah Surabaya kemungkinan dilakukan dengan menggunakan strategi Penjelasan, Permintaan maaf, Tidak ada respon, dan Koreksi.

3. Dari analisis hubungan antara *service failure*, *service recovery*, dan evaluasi kinerja *service recovery* bisa disimpulkan bahwa:
  - a. Tipe strategi *service recovery* yang digunakan pihak bank cenderung mempunyai hubungan dengan tipe *service failure* yang dialami pelanggan.
  - b. Tingkat kepuasan pelanggan atas respon bank cenderung mempunyai hubungan dengan tipe strategi *service recovery* yang digunakan pihak bank.